https://doi.org/10.22067/jgrd.2023.74340.1100
مقالهٔ پژوهشی-مطالعهٔ موردی

مجلّهٔ جغرافیا و توسعهٔ ناحیه‌ای، سال بیست و یکم، شمارهٔ ۲، تابستان ۱۴۰۲، شمارهٔ پیاپی ۴۳

تحلیل نوشهرگرایی با تأکید بر حس تعلق به مکان
(نمونهٔ موردی: منطقهٔ ۲ کلان‌شهر مشهد)[1]

هادی سلیمانی مقدم (استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده جغرافیا و علوم محیطی، دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران، نویسنده مسئول)
h.soleymani@hsu.ac.ir
مهسا مقدم شخصی (کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده جغرافیا و علوم محیطی، دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران)
mahsa.moghadam.sh@gmail.com

صص ۲۲۷ ـ ۱۹۷

چکیده

هدف پژوهش حاضر، سنجش معیارهای جدید و ویژگی‌های طراحی یک شهر بر مبنای اصل توجه به حس مکان در نوشهرگرایی در وهله اول و در گام دوم بررسی میزان انطباق منطقه ۲ شهرداری کلان‌شهر مشهد با این معیارها و تعیین اولویت هریک از شاخص‌ها بود. با توجه به رویکردهای نظری این پژوهش، مطالعه حاضر با روش توصیفی-تحلیلی بود. برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات علاوه‌بر مطالعات کتابخانه‌ای و استفاده از طرح‌های شهری، نخست برای شناسایی شاخص‌های تحقیق، از طریق پرسش‌نامه به جمع‌آوری اطلاعات اقدام شد؛ بر این اساس، ٤ شاخص و ۹ زیرشاخص مطرح در این زمینه شناسایی شد. براساس فرمول کوکران، ۳۹۱

۱. این مقاله از پایان نامه با عنوان «تبیین کاربری‌های مختلط با تأکید بر حس مکان (نمونه موردی: منطقه دو کلان‌شهر مشهد)» برگرفته شده است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۰۳ تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۰۵/۰۹

پرسش‌نامه در بین شهروندان منطقه ۲ شهر مشهد توزیع شد. برای بررسی سؤالات تحقیق از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های آماری رگرسیون و T تک‌نمونه‌ای و از مدل تصمیم‌گیری براساس مقایسات زوجی DEMATEL استفاده شد. نتایج تحقیق از میان ۳۹۱ شهروند نواحی چهارگانه منطقه ۲ شهرداری مشهد حاکی از متوسط بودن سطح شاخص‌های چهارگانه تحقیق است. یافته‌های حاصل از تحلیل آزمون رگرسیون چند متغیره خطی بیانگر این است که چهار شاخص تحقیق به دلیل اینکه سطح خطای مقدار t آن‌ها کمتر از ۰,۰۵ است، تأثیر زیادی بر حس مکان داشته‌اند. نتایج آزمون تی، فرضیه تحقیق مبنی بر متوسط بودن حس مکان در منطقه را تأیید کرده و آزمون رگرسیون خطی، ارتباط هریک از شاخص‌ها برای حس مکان را تأیید می‌کند. در بین نواحی چهارگانه منطقه ۲، به‌ترتیب ناحیه ۲ با میانگین ۳/۲۷، ناحیه ۳ با میانگین ۳/۱۹، ناحیه ٤ با میانگین ۲/۹۱ و ناحیه ۱ با میانگین ۲/۸۳ وضعیت مناسبی برای بهبود حس مکان دارند. درنهایت تکنیک دیمتل نشان می‌دهد که شاخص زیست‌محیطی با میانگین ۳/۹۳ دارای بیشترین اهمیت برای تقویت حس مکان در منطقه ۲ شهرداری مشهد است.

کلیدواژه‌ها: نوشهرگرایی، حس مکان، بی‌هویتی شهر، منطقه ۲ شهرداری مشهد، تکنیک دیمتل.

۱. مقدمه

با توجه به رشد سریع جمعیت شهری در عصر حاضر، شاهد افزایش تعداد شهرهای بزرگ و کوچک هستیم؛ به‌طوری‌که طی دوره ۱۹۹۰ تا ۲۰۳۰ بیش از ۳ میلیارد نفر به جمعیت نواحی شهری اضافه می‌شوند که از این میزان، ۹۰ درصد در نقاط شهری کشورهای پیشرفته خواهند بود (سیف‌الدینی و شورچه، ۱۳۹۳، ص. ١٥٦). این موضوع موجب رشد سریع شهرنشینی به‌ویژه در کشورهای درحال‌توسعه و بروز بسیاری از مسائل و مشکلات شهری ازجمله رشد بی‌رویه شهرها شده است (پوگ[1]، ۱۹۹۵، ص. ۳۸۲). مسائل ناشی از رشد و توسعه بی‌برنامه شهرها، موجب شکست بسیاری از برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری شده

1. Pugh

است (لیر[۱]، ۱۹۹٤، ص. ۱۲). موضوع بهبود توسعه شهرها و ساماندهی گسترش نواحی شهری، توجه دانشمندان مسائل شهری را به ارائه و تصمیم راهکارهای مختلف معطوف کرده است؛ به‌طوری‌که با مطرح شدن توسعه پایدار برای شهرها، مشکلات «شهر گسترده» و هزینه-های زیاد زیرساخت‌های آن آشکار شد (گاسدورف و هالگات[۲]، ۲۰۰۷، ص. ٤۸۲۸). سپس متراکم‌سازی و فشرده‌سازی شهرها، به‌عنوان راه‌حلی برای حل مشکلات ناشی از توسعه شهری گسترده مدنظر قرار گرفت (گوردون[۳]، ۱۹۸۹، ص. ۱۳۷) و از بین راهکارهای فشرده‌سازی، نوشهرگرایی با بیان پیاده‌مداری، اتصال و پیوستگی، ایجاد گونه‌های مختلف مسکن در بافت، افزایش تراکم در بافت، اختلاط کاربری‌ها، تقویت حس مکان و... راه را برای حل برخی از مشکلات شهر گسترده فراهم کرد (حاتمی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹٦، صص. ٤۳- ٤۵). از طرفی دیگر شناخت مکان را می‌توان به‌نوعی به شناخت هویت خود تعبیر کرد. با تعریف کردن مکان‌ها و شکل بخشیدن به آن (هندسه) شناخت آن‌ها فهم‌پذیر می‌شود؛ انسان مکان و مرتبه خود را در این عالم کشف می‌کند و هویت او نمایان می‌شود (حبیبی، ۱۳۸۷، ص. ٤۱).

علاوه‌بر مطالب مذکور، به اعتقاد بسیاری از صاحب‌نظران، با گرایش به پراکندگی و گسترش بی‌برنامه شهرها، فرم، منظر، سیما و تصویر ذهنی فضاهای عمومی طی چند دهه اخیر دچار نابسامانی و بی‌هویتی شده است؛ به‌نوعی نابسامانی و بی‌هویتی که فرایند احساس، شناخت، ادراک و تحسین این گونه فضاها را برای شهروندان با مشکل جدی مواجه کرده است. فقدان حس مکان در توسعه جدید شهرها و به‌تبع آن، نبود احساس تعلق به آن‌ها از مشکلات پنهانی است که در دراز مدت احساس بی‌ریشگی را در ساکنان این محیط‌ها دامن می زند و رابطه انسان‌ها را با یکدیگر و با محیط زندگیشان به بی‌تفاوتی می‌کشاند (صادقی، ۱۳۹٤، ص. ۲۰)؛ بر این اساس برای ایجاد جوامع پایدار و کارا به‌منظور رفع مشکلات ناشی از فرسودگی و زوال مراکز شهری و گسترش افقی شهرها، نظریه‌ها، جنبش‌ها و مکاتبی مطرح شدند (سیدبرنجی، ۱۳۹۵، ص. ۱) که هدف مشترک همه مکاتب یادشده‌ای که حول

1. Lier
2. Gusdorf & Hallegatte
3. Gordon

نوشهرگرایی مطرح شده‌اند، دستیابی به سر زندگی و مشارکت مردمی و احیـای محلـه‌گرایـی است؛ بنابراین مسئله تعلق مکانی به‌عنوان موضوعی درخوربررسی مدنظر توجه جوامع علمی، مدیران و برنامه‌ریزان شهری قرار گرفت.

در ایران نیز توجه به حس مکان و هویـت مکـان بـا ورود اتومبیـل در شـهرها، رفته‌رفتـه کم‌رنگ‌تر شد و شهرها از انسان‌محوری به سمت اتومبیـل‌محـوری حرکـت کردنـد؛ بنـابراین کلان‌شهر مشهد به‌عنوان دومین کلان‌شهر کشور پس از تهـران و بـه‌عنـوان پایتخـت فرهنگـی جهان اسلام، به‌عنوان دومین کلان‌شهر مذهبی جهان اسلام پس از شـهر مکـه (دینـاری، ۱۳۸۹، ص. ۱۹۲) بسیار حائز اهمیت است که در جهت نوشهرگرایی و حس تعلق به مکـان بـه‌عنوان درمانی برای حل مشکلات موجود خود حرکت کند. در تحقیق حاضر شاخص‌هـای جدیـدی برای این مسئله مطالعه و آزمون شده‌اند. همچنین مشهد از شهرهای قدیمی محسوب می‌شـود که انتظار می‌رود حس مکان در آن برجسته‌تر از سایر شهرها (شهرهای جدید) باشـد. در ایـن بین، منطقه ۲ شهر مشهد ضمن اینکه جزو مناطق قدیمی مشهد و بزرگ‌ترین و پرجمعیت‌ترین منطقه در بین مناطق شهرداری است؛ هرساله میزان چشگمیری از فعالیت‌ها را در خـود جـای می‌دهد و بهتر است هر چه زودتر در جهت ترمیم کاربری‌های شهری قرار گیرد. در پـژوهش حاضر به بررسی حس تعلق به مکان در منطقه ۲ شهرداری کلان‌شـهر مشـهد، بـه‌عنوان بافـت بلندمرتبه و بزرگ‌ترین شهرداری این شهر، پرداخته شد. در این پژوهش به دنبال بررسـی ایـن مسئله مهم هستیم که وضعیت حس تعلق به مکان در منطقه ۲ شهرداری مشهد چگونه است و کدام‌یک از شاخص‌ها اولویت بیشتری برای بهبود حس مکان دارد؟

۲. پیشینه تحقیق

پس از ظهور شهرسازی و برنامه‌ریزی شهری به سبک مدرنیسم، ضمن وجود دستاوردهای مثبتی از این سبک، مشکلات متعددی برای شهرها پدید آمد که از آن جمله پراکنـده رویـی و افزایش هزینه‌های شهری بود. در پاسخ به این مسـائل، اندیشـمندان علـوم مـرتبط نظریـه‌های متعددی را مطرح کردند که ازجمله آن‌ها می‌توان به نوشـهرگرایی در سـال‌هـای پایـانی دهـه ۱۹۸۰ و ابتدای دهه ۱۹۹۰ اشاره کرد (حاتمی‌نژاد و همکـاران، ۱۳۹٦، ص. ٣٦). در رابطـه بـا

موضوعات نوشهرگرایی و حس مکان تاکنون در ایران و جهان تحقیقات فراوانی انجـام شـده است که در ادامه به چند نمونه از آن‌ها اشاره می‌شود.

احمدی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «عوامل تأثیرگذار بر حس تعلق در فرایند بازآفرینی در بافت مسکونی اطراف حرم حضرت امام رضا (ع)، محلهٔ نوغان» بر آن بودنـد بـا توجه به اهمیت حس تعلق به محله به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگـذار بـر بـازآفرینی محلات قدیمی، عوامل تأثیرگذار بر حس تعلق ساکنان و زائـران سـاکن در محلـه‌ی نوغـان را شناسایی و ارائه کنند. روش تحقیق کیفی و رویـه‌ی علمـی آن اسـتفاده از پرسـش‌نامـه بـاز و مشاهده بود. نتایج نشان داد، هویت محلات نوغان به اختلـاط سـاکنان و زائـران از قومیـت و فرهنگ‌های مختلف گره خورده است کـه هویـت کم‌نظیـر را از طریـق مداقـه در برنامـه‌های بازآفرینی شهری می‌توان حفظ و تقویت کرد.

علیمردانی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه حس دلبستگی به مکـان و پیاده‌روی به‌منظور بهبود سطح سلامت در محله (نمونه موردی: محله مطهری شهر مشهد» به بررسی ارتباط و تعامل عاطفی انسان با مکان که یکی از مفاهیم حس مکان اسـت، پرداختنـد. در این تحقیق با استفاده از ۲۰۰ پرسش‌نامه و نمونه‌گیری تصادفی این نتیجه حاصـل شـد کـه بین میزان حس مکان و پیاده‌روی رابطه معناداری وجود ندارد، ولی بین هدف از پیـاده‌روی و حس مکان ارتباط معناداری وجود دارد.

کلانتری و همکاران (۱٤۰۱) در مقاله‌ای بـا عنـوان «نوشـهرگرایی و حـس مکـان: مطالعـه موردی محله هفت‌حوض شهر تهران» با استفاده از روش توصیفی-تحلیلـی و همبسـتگی بـه مطالعه اصول نوشهرگرایی در محله هفت‌حوض واقع در منطقه ۸ شهرداری تهـران پرداختنـد. نتایج نشان داد که از بین اصول نوشهرگرایی، ۹ اصل از آن تأثیر مثبت بر افزایش حس مکـان دارند. طبق نتایج، اصل کیفیت زندگی با ضریب رگرسیون ۰/٦۳ بیشترین تأثیر مثبـت و اصـل افزایش تراکم با ضریب ۰/۰۹- تأثیر کاهنده بر حس مکان در محله هفت‌حوض دارد؛ بنابراین می‌توان گفت اصول نوشهرگرایی، به‌جز اصل افزایش تراکم، بر تقویت حس مکـان در محلـه هفت‌حوض تهران تأثیر دارد و به‌عنوان رویکردی مطلوب در توسعه و بهبـود زنـدگی شـهری پذیرفته می‌شود.

پورموسوی و همکاران (۱٤۰۲) در پژوهشی بـا عنـوان «کاربسـت اصـول نوشـهرگرایی و حس مکان در بازآفرینی محله آبشوران کرمانشاه» به بررسی دوره‌های تحـول محلـه آبشـوران به‌عنوان قدیمی‌ترین محله شهر با اسـتفاده از روش همبسـتگی اسـپیرمن و آزمـون رگرسـیون چندمتغیره پرداختند. آن‌ها به این نتیجـه رسـیدند کـه هـر ده اصـل منشـور نوشـهرگرایی بـر بازآفرینی حس مکان محله آبشوران شهر کرمانشاه مؤثرند و از طرف دیگر توجـه بـه عناصـر کالبدی و عملکردی در بازآفرینی تأثیر مستقیم بر حس مکان دارد و می‌تواند به ارتقای مکـان و حیات دوباره محله آبشوران منجر شود.

یوجانگ و زکریا[1] (۲۰۱٤) در پژوهشی با عنوان «مفهـوم مکـان، معنـا و هویـت مکـان در بازآفرینی شهری» به بررسـی تعـاریف و مفهـوم مکـان در ایجـاد چـارچوبی مفهـومی بـرای بازآفرینی شهری با توجه به اصول روان‌شناسی محیط پرداختند؛ اینکه چه چیزی بر پیوسـتگی مردم به مکان‌ها تأثیر می‌گذارد و این امر چگونه بر بازسازی مکان‌ها و جوامع تأثیر می‌گـذارد. نتایج این پژوهش از اهمیت بعد روان‌شناختی مکان در بازآفرینی محیط شهری برای بهزیستی روان‌شناختی ساکنان حمایت می‌کند.

پورابراهیم (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای با عنوان «حـس اجتمـاع در همسـایگی نوشـهرگرایی» بـا هدف بررسی دقیق برخی تحقیقات موجود در این محله از دیـدگاه جـامع بـه نتیجـه‌گیری از ویژگی‌های طراحی در رابطه با احساس اجتماع پرداخت. براساس نتایج پـژوهش، محلـه‌های مختلف بررسی‌شده نشان می‌دهند که مردم در محلـه‌هایی کـه بـا نوشـهرگرایی اصـول سـنتی مشخص شده‌اند، در مقایسه با محله‌های حومه حس مکان بیشـتری را تجربـه مـی‌کننـد. ایـن احساس از طریق برخی متغیرهای جامعه‌شناختی و برخی ویژگی‌های فیزیکی به دست می‌آید.

الکسـاندر و وایـدمن[2] (۲۰۲۰) در مقالـه‌ای بـا عنـوان «تلـاقی و واگرایـی نوشـهرگرایی و روان‌شناسی محیطی» بـا اسـتفاده از ادبیـاتی محـدود، یافتـه‌های نوشـهرگرایی و روان‌شناسـی محیطی را با ویژگی‌هـای مطلـوب محلـه‌ها و رضـایت سـاکنان مقایسـه کردنـد و بـر محلـه درون‌شهری در ونکوور کانادا که در اواسط تا اواخر دهه ۱۹۷۰ ساخته شد، تمرکز کردند. این

1. Ujang & Zakariya
2. Alexander & Wydman

مقاله بر شباهت‌ها و تفاوت‌های دو جهت‌گیری در محیط ساخته‌شده و بر نقاط قوت و ضعف مربوط آن‌ها و آنچه هریک می‌تواند از دیگری بیاموزد، تمرکز کرده است. این امر نشان می‌دهد که در برنامه‌ریزی و طراحی درک پیشرفته‌ای از اصول اجتماع‌سازی وجود داشته است که با امروز نیز مرتبط است و نوشهرگرایی و روان‌شناسی محیطی قادر به یادگیری از آن‌هاست.

۳. روش‌شناسی تحقیق

با توجه به رویکردهای نظری این پژوهش، مطالعه حاضر به روش توصیفی-تحلیلی است. این پژوهش در تلاش است تا با مطالعه رویکرد حس مکان، رویه برنامه‌ریزی این رویکرد را در توسعه‌های شهری معرفی کند. روش‌شناسی پژوهش بر مبنای تحلیل فضایی-کارکردی شهر با استفاده از اصول پارادایم نوشهرگرایانه و یکی از مهم‌ترین اصول آن یعنی حس مکان و نظامات آن در برنامه‌ریزی کاربری اراضی شهری، شکل گرفته است. براساس پارادایم نوشهرگرایی، پیکره‌بندی جدید توسعه شهری باید در راستای تثبیت و درونی کردن توسعه‌ها باشد؛ بر این اساس، برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات علاوه‌بر مطالعات کتابخانه‌ای و استفاده از طرح‌های شهری، نخست برای شناسایی شاخص‌های تحقیق، از طریق پرسش‌نامه به جمع‌آوری اطلاعات اقدام شد. ٤ شاخص و ۹ زیرشاخص مطرح در این زمینه شناسایی شد و مبنای طراحی پرسشنامه به‌عنوان ابزار اصلی پژوهش در مطالعات میدانی قرار گرفت (جدول ۱). برای افزایش روایی از روش یا تکنیک روایی محتوایی و صوری استفاده شد و در این راستا روایی ابزار پژوهش به تأیید تعدادی از متخصصان حوزهٔ تخصصی رسید. سپس از تکنیک آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی ابزار پژوهش استفاده شد که ۰,۷۲ به دست آمد که نشانگر پایایی قابل‌قبول ابزار پژوهش است. براساس فرمول کوکران، ۳۹۱ پرسش‌نامه در بین شهروندان منطقه ۲ شهر مشهد توزیع شد. برای بررسی سؤالات تحقیق از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های آماری رگرسیون و T تک‌نمونه‌ای و از مدل تصمیم‌گیری براساس مقایسات زوجی DEMATEL استفاده شد. تحقیق حاضر از طریق نرم‌افزارهای SPSS و Excel برای تحلیل و برای تهیه نقشه‌ها از

طریق نرم‌افزار Arc GIS انجام شد. شاخص‌های به‌کاررفته تحقیق حاضر در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. شاخص‌های به‌کاررفته در تحقیق

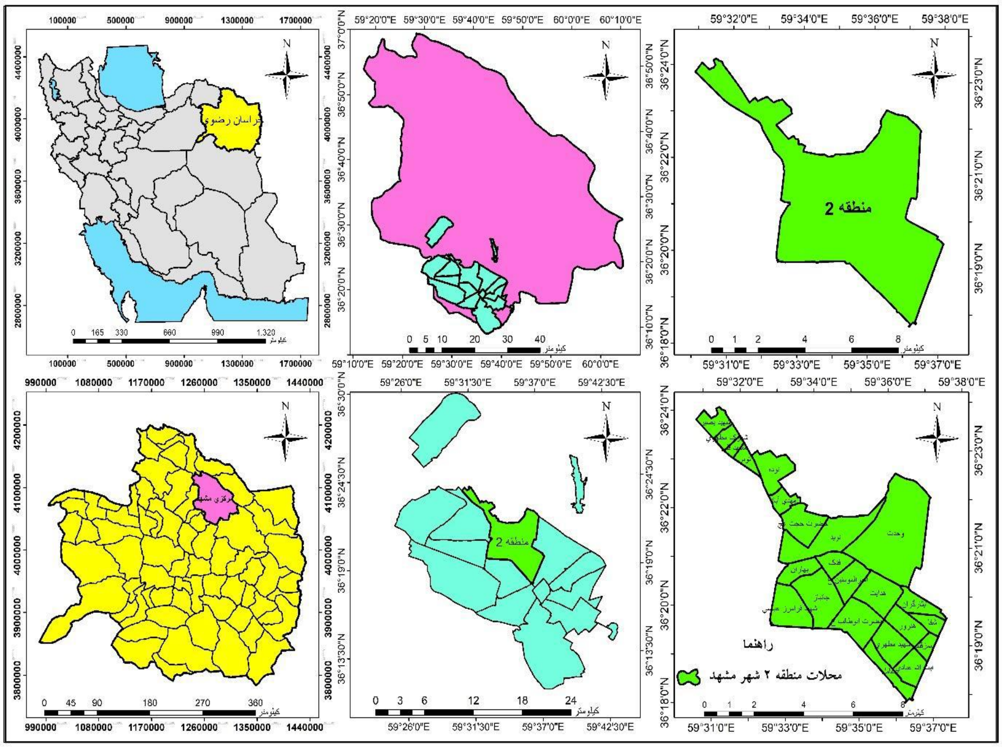
مأخذ: منابع تحقیق، ۱۴۰۰

شاخص‌ها	زیرشاخص‌ها
اقتصادی (دابینز، ۲۰۰۹، ص. ۵۳)	کاهش حجم سفرهای درون‌شهری (دابینز[1]، ۲۰۰۹، ص. ۵۳)
	کاهش وابستگی به اتومبیل (دابینز، ۲۰۰۹، ص. ۵۳)
	متعادل‌سازی قیمت مسکن (اصغرزاده، ۱۳۸۹، ص. ٥٤)
اجتماعی (کانتر[2]، ۱۹۷۱، ص. ۵۰)	افزایش مشارکت شهروندان (کانتر[3]، ۱۹۷۱، ص. ۵۰)
	بهره‌وری محلات (کانتر، ۱۹۷۱، ص. ۵۱)
	سرزندگی محلات شهری (کانتر، ۱۹۷۱، ص. ۵۱)
سلامتی(اس جی ان[4]، ۲۰۰۲)	تشویق به پیاده‌روی (اس جی ان، ۲۰۰۲)
زیست‌محیطی (صرافی، ۱۳۷۹، ص. ۱۲)	کاهش آلودگی هوا (صرافی، ۱۳۷۹، ص. ۱۲)
	کاهش آلودگی‌های صوتی (صرافی، ۱۳۷۹، ص. ۱۳)
	افزایش فضای سبز (صرافی، ۱۳۷۹، ص. ۱۳)

قلمرو این پژوهش، شهر مشهد است که به‌عنوان دومین کلان‌شهر مذهبی جهان و دومین کلان‌شهر ایران از نظر جمعیت، با عملکرد غالب فرهنگی-مذهبی و اهمیت ارتباطی-تجاری در سطوح ملی و فراملی، در شمال شرق ایران قرار دارد. شهر مشهد در وسعت رسمی ۳۵ هزار هکتاری، در سال ۱۳۹۵ دارای ۳۱۰۰۱۸۹ نفر جمعیت، شامل ۹۱٤۱٤٦ خانوار بوده است (مدیریت آمار، تحلیل و ارزیابی عملکرد شهرداری مشهد، ۱۳۹٦، ص. ٤). این شهر از نظر موقعیت جغرافیایی در ۲ دقیقه و ۵۹ درجه تا ۳۸ دقیقه و ٦۰ درجه طول شرقی و ٤۳ دقیقه و ۳۵ درجه تا ۷ دقیقه و ۳۷ درجه عرض شمالی قرار گرفته است و ارتفاع آن از سطح دریا حدود ۹۷۰ متر است. شهر مشهد از نظر تقسیمات اداری به ۱۳ منطقهٔ شهرداری و ٤٤ ناحیه و

1. Dobbins
2. Canter
3. Canter
4. SGN

به ۱۵۸ محله در سال ۱۳۹۵ تقسیم شده است (معاونت برنامه‌ریزی و توسعه شهرداری مشهد، ۱۳۹۵). منطقه ۲ شهرداری مشهد در شمال غرب شهر واقع شده است و به‌عنوان بزرگ‌ترین منطقه شهرداری در مشهد با مساحت ۸۰۰۰ هکتار (پورتال جامع شهرداری منطقه دو مشهد، ۱۳۹۵) و با جمعیت ۵۱۳۳۶۵ نفر در سال ۱۳۹۵ (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵) با جمعیتی بیش از نیم میلیون نفر، پرجمعیت‌ترین منطقه شهری است. هم‌اکنون این منطقه با هار ناحیه شهری به فعالیت خود ادامه می‌دهد و اقشار مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را در خود جای داده است.



شکل ۱. موقعیت منطقه مور مطالعه

مأخذ: نهاد مطالعات و برنامه‌ریزی شهرداری مشهد، ۱۴۰۰

٤. مبانی نظری تحقیق

بحران هویت در شهرهای امروز ما ، نتیجه جدا کردن معنا، حس و روح از مسائل مادی قرن بیستمی توسعه است. برآوردهایی که سبب شده‌اند راه‌های ارتباطی بیشتر، ارتباطات کمتر و بی کیفیت‌تر تولید کنند و شهرهای بزرگ‌تر، انسان‌هایی با خاطرات و تجربیات حسی محدودتر بیافرینند. فقدان حس و معنا علاوه بر نمایش تغییرات اساسی پارادایم در فرم شهر، مؤید دگرگونی شیوه ادراک انسان‌ها از پیوستگی با مکان نیز است (پرتوی، ۱۳۸۲، ص. ٤۱). از سوی دیگر در دهه‌های اخیر، طراحی‌های اتومبیل‌محور و سپس انسان‌محور، الگوی برنامه-ریزی شهرها قرار گرفته است. همان‌طورکه می‌دانیم، محیط از جنبه‌های کالبدی و اجتماعی، با هم ساخته شده است. انسان‌ها، مکان‌های اطراف خود را خلق می‌کنند و مکان مستقل از انسان و مکان، رابطه‌ای سوداگرانه است (ضرابیان و منعام، ۱۳۸۷، ص. ۲۳). برنامه‌ریزی‌های موفق، آن‌هایی هستند که به این مقوله توجه کرده‌اند، اما در برنامه‌ریزی‌های اخیر شهری، اتومبیل مقدم بر انسان بوده و همهٔ نیازها و فعالیت‌های انسان، تحت‌الشعاع اتومبیل و نیازهای آن قرار گرفته است. با توجه به مشکلاتی که رویکرد اتومبیل‌محور در شهرها به وجود آورده است، مشکلاتی مانند گسترش بی‌رویهٔ افقی شهر، افزایش سفرهای شهری و برون‌شهری، آلودگی هوا، کاهش انرژی‌های تجدیدناپذیر، کم رنگ شدن سرزندگی شهری، هویت و حیات مدنی شهرها و غیره، نظریات مختلفی برای حل گوشه‌ای از این مشکلات مطرح شدند. توسعهٔ پایدار، نوشهرگرایی، شهرگرایی سبز، شهر فشرده و رشد هوشمند نمونه‌هایی از این نظریات مطرح‌شده است که یکی از اهداف مشترک همهٔ آن‌ها، دستیابی به سرزندگی و تقویت حیات اجتماعی در سطح محله‌ها است (قربانی و ترکمن‌نیا، ۱۳۹٤، ص. ۸۲).

نوشهرگرایی واکنش به پراکندگی شهری است و یک راه مؤثر برای مقابله با جوامع وابسته به اتومبیل است که در آن هر سفری با ماشین انجام می‌شود. نوشهرگرایی با تأکید بر خصوصیات کالبدی سنتی در پی رسیدن به درس‌هایی از شهرگرایی سنتی برای یافتن راه‌حل-هایی در پاسخ به دغدغه‌های منطقه‌ای و شهری معاصر است (دوانی و زیبرک[1]، ۲۰۱۰، ص.

1. Duanny & Zyberk

۹۶). برای نوشهرگرایی اصولی پیشنهادی برای برنامه‌ریزی در محلات شهری ارائه شده است که عبارت‌اند از: پیاده‌مداری (اصغرزاده، ۱۳۸۹، صص. ۵۳–۵۵)، اتصال و پیوستگی (آی‌تی‌دی‌پی[1]، ۲۰۱۸)، ایجاد کاربری‌های مختلط (اس‌جی‌ان[2]، ۲۰۰۲)، ایجاد گونه‌های مختلف مسکن در بافت (اصغرزاده، ۱۳۸۹، صص. ۵۳–۵۵)، افزایش تراکم در بافت، توجه به بافت‌های واجد ارزش تاریخی و بهبود کیفیت طراحی و معماری، حفظ و تقویت ساختارهای سنتی، استفاده از مشارکت ساکنان (اصغرزاده، ۱۳۸۹، صص. ۵۳–۵۵)، حفظ و تقویت فضاهای باز عمومی و سبز (اس‌جی‌ان، ۲۰۰۲)، تقویت حمل‌ونقل عمومی (کالترپ[3]، ۱۹۹۳، ص. ۳)، ایجاد و مدیریت توقفگاه‌ها (اصغرزاده، ۱۳۸۹، صص. ۵۳–۵۵)، استفاده از ابزار طراحی برای افزایش امنیت در بافت‌های شهری (اصغرزاده، ۱۳۸۹، صص. ۵۳–۵۵). در بین اصول نوشهرگرایی اصول توجه به بافت‌های واجد ارزش تاریخی و بهبود کیفیت طراحی و معماری، حفظ و تقویت ساختارهای سنتی، استفاده از مشارکت ساکنان، استفاده از ابزار طراحی برای افزایش امنیت در بافت‌های شهری، بر حس مکان تأکید می‌کنند. حس مکان در سال‌های اخیر بسیار مدنظر قرار گرفته است. این حس نتیجه ارتباط درونی انسان، تصورات ذهنی او و ویژگی‌های محیطی است. حس مکان از نظر سابقه مطالعات انجام‌شده در حوزه‌های علوم انسانی مانند جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، معماری و جغرافیا با دیدگاه‌ها و روش‌های متفاوت ازجمله توصیفی، پدیدارشناسی و علمی تعریف شده است. حس مکان، از یک سو ریشه در تجربه‌های ذهنی دارد و از سوی دیگر متأثر از زمینه‌های عینی و بیرونی محیط است که باعث تصورات مختلف از یک مکان می‌شود. عبارت «حس مکان» بیشتر به مفهوم عاطفه، محبت، تجربه کل مکان، قضاوت یا توانایی فضا در ایجاد حس خاص یا تعلق در افراد است. مکان از نظر پدیدارشناسان، کانونی تعریف شده است که در آن انسان هستی خود را از طریق حوادث و رویدادهای معنی‌دار تجربه می‌کند و با معناهای مختلف مکان شخصیت می‌یابد. از دیدگاه علمی یا تجربی باید به شناخت اجزا و ویژگی‌های مکان به‌صورت دقیق و

1. Itdp
2. SGN
3. Calthorpe

بدون پیش‌فرض و با تعریف متغییرهای محیط و انسان پرداخت (فلاحت و همکاران، ۱۳۹٦، ص. ۱۹).

سیاست‌های اجرایی متفاوتی برای ایجاد محله‌های دارای هویت و حس تعلق مکانی وجود دارد که برخی از آن‌ها به شرح ذیل است: حفاظت از آثار فرهنگی و تاریخی برجسته و مناظر طبیعی به همراه سرمایه‌گذاری در زمینه نگهداری، مرمت و بهسازی آن‌ها، ایجاد فضای سبز و درختکاری در محله همراه با نشانه‌های متمایز از سایر محلات، ساخت خیابان‌های مشجر و طراحی بزرگراه‌ها در قالب بلوارهای زیبا، توسعه طرح جامع مراکز محله، استفاده از حمل‌ونقل عمومی به‌منظور افزایش جذابیت محله‌ها، ایجاد سرمایه‌های برجسته فرهنگی از طریق هنرهای عمومی، مشارکت ساکنان محله در طراحی، نقاشی و نورپردازی محله، ایجاد کنش‌های اجتماعی از طریق برگزاری جشن‌ها، جشنواره‌ها، مسابقات و نشست‌ها در محله، ایجاد میادین، مجسمه، آبنما و... در مرکز محله، ایجاد مراکز خرید جذاب در محله‌های شهر، ایجاد طراحی منفرد و منحصر به فرد (سیف‌الدینی و شورچه، ۱۳۹٤، صص. ۲۷۷–۲۸۰). علاوه بر موارد مذکور، سیاست‌های دیگری برای بهبود و تقویت حس مکان در محله‌ها در زمینه‌های متفاوت به شرح ذیل بیان شده است: تغییر فرایندهای مالیاتی و استانداردهای مکان‌یابی مدارس برای حفظ مدارس موجود و ساخت مدارس جدید در سطح محله، تأمین اعتبار مالیاتی ایالتی برای تشویق استفاده مجدد از ساختمان‌های تاریخی یا ساختمان‌های دارای اهمیت معماری، ایجاد فضاهای باز امن و فعال، تدوین قوانین تسهیل‌کننده و تسریع کننده برای عرضه خدمات پیاده‌روی توسط فروشندگان، ایجاد بخش‌های فضایی مناسب برای سرمایه‌گذاری متمرکز، تعریف و تعیین نشانه‌های بصری برای محله‌های شهری، حفظ چشم‌اندازهای نمایشی از طریق مکان‌یابی مناسب برج‌های مخابراتی و کنترل بهتر بیلبوردها، ایجاد فرصت‌هایی برای تعامل بین محله‌ها، تصویب قوانین شفاف برای ایجاد حس مکانی از طریق خیابان‌ها، ساختمان‌ها و فضاهای باز (انجمن بین‌المللی مدیریت شهری/روستایی و شبکه رشد هوشمند شهری آمریکا، ۱۳۹٦، صص. ۷۹–۹۰). به‌طورکلی ایجاد محله‌ها و شهرهایی که با نیازها و نوع زندگی شهروندان سازگارتر باشد، نیازمند اصلاح برنامه‌ریزی فضایی و کاربری‌های زمین و یکپارچه‌سازی فرهنگی به‌صورت محلی است. مفهوم «هم‌محلی‌بودن» درواقع

سیمایی جدید از محلاتی با ساکنانی از نسل‌های متفاوت را نشان می‌دهد که به ارائه مراقبت‌های کیفی به یکدیگر می‌پردازند و خدمات سریعی برای یکدیگر تهیه می‌کنند؛ خدماتی که به دلیل محدودیت‌های سیستم‌های رسمی و متمرکز به فراموشی سپرده شده‌اند. این امر سالمندان را قادر می‌سازد که در محیطی خانوادگی و نزدیک دوستان، خویشاوندان و همسایگان قدیمی و نیز در مجاورت شبکه‌های خدمات و بازار زندگی کنند. گشودن ساختارهای متمرکز خانوادگی به روی شبکه‌های حمایتی محلی، گامی به سوی ایجاد مسئولیت‌های جمعی و یکپارچه‌سازی مجدد مراقبت‌های خانوادگی در عرصه عمومی است. هم‌محلی‌بودن، عامل مهمی در ایجاد مشارکت مدنی و همبستگی اجتماعی است. فضاهای عمومی محلات، زمینه ارتباط افراد را ممکن می‌کند و درنتیجه وضعیتی را فراهم می‌آورد تا مردم یکدیگر را ملاقات کنند و بشناسند و به انجام فعالیت‌های مشترک اقدام کنند. امروزه به دلایل مختلف، محل‌های کار به‌عنوان اولین مکان‌های شهری یکپارچه از بین رفته است و به‌جای آن، یکپارچگی در محله‌ها از اولویت برخوردار است؛ چراکه ساکنان هر محله از طریق کنش متقابل با فرزندانشان که آن‌ها نیز به نوبه خود با دوستان، خانواده‌ها، معلمان و سایر اعضای کلیدی جامعه در ارتباط‌اند، در معرض فرهنگ‌ها و سازمان‌های موجود در جامعه قرار دارند (مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر مشهد، ۱۳۸۹، صص. ۸۲-۸۳). حس مکان در رویکردهای مختلفی چون پدیدارشناسی و روان‌شناسی محیطی، تفاسیر مختلفی را برانگیخته است که در ادامه به بررسی آن‌ها می‌پردازیم.

حس مکان و دیدگاه پدیدارشناسی: در بررسی پدیده مکان، پدیدارشناسی یکی از مهم‌ترین رویکردهایی است که در فهم و تعریف حس مکان جایگاه ویژه‌ای دارد. اصطلاح «پدیدارشناسی» با ادموند هوسرل تبدیل به رویه‌ای توصیفی می‌شود که بر این اساس نظم‌واره‌ای است که درصدد توصیف چگونگی تکوین جهان و تجربه‌مندی آن از طریق آگاهی است (ریخته‌گران، ۱۳۸۱، ص. ٥٦). از دیدگاه پدیدارشناسان، حس مکان به معنای مرتبط شدن با مکان به‌واسطه درک نمادها و فعالیت‌های روزمره است. این حس می‌تواند در مکان‌های زندگی فرد به وجود آید و با گذر زمان عمق و گسترش یابد (رلف[1]، ١٩٧٦). ارزش‌های فردی و

1. Relph

جمعی بر چگونگی حس مکان تأثیر می‌گذارند و حس مکان نیز بر ارزش‌ها، نگرش‌ها و ب ویژه رفتار فردی و اجتماعی افراد در مکان تأثیر می‌گذارد و افراد معمولاً در فعالیت‌های اجتماعی با توجه به چگونگی حس مکانشان شرکت می‌کنند (کانتر، ۱۹۷۱). از دیدگاه پدیدارشناسی، حس مکان به معنای شخصیت مکان است که معنایی نزدیک به روح مکان دارد. در پدیدارشناسی، تجربه، اصلی‌ترین رکن در ادراک است. این تجربه به معنای تطهیر ذهنی و دستیابی به ذات چیزهاست (فلاحت، ۱۳۸۵، ص. ۵۸). در این رابطه می‌توان به این موضوع مهم نیز اشاره کرد که روح مکان در خود مکان قرار دارد، اما حس مکان در ذهن کاربر شکل می‌گیرد. حس مکان را می‌توان با بهره‌گیری از عواملی دستکاری کرد، اما روح مکان به ویژگی-های خود مکان وابسته است. از دیدگاه نوربرگ شولتز[1] مکان چیزی بیش از فضای انتزاعی است؛ کلیتی از اشیاء و چیزهای واقعی ساخته‌شده و دارای مصالح، شکل، بافت و رنگ است. مجموعه این عناصر شخصیت محیطی را تعریف می‌کنند؛ چیزی که در واقع ماهیت مکان محسوب می‌شود (نوربرگ شولز، ۱۹۷۵)، اما از دیدگاه سیمون[2] مکان نه‌تنها به یک محل جغرافیایی اشاره دارد، بلکه نشان‌دهنده شخصیت اصلی یک سایت است که موجب تمایز آن از سایر جاها می‌شود؛ به این ترتیب در مکان ابعاد گوناگون چشم‌انداز جمع می‌آیند تا محیطی متمایز و حس محلیت خاصی را ایجاد کنند (سیمون، ۱۹۸۲).

حس مکان و دیدگاه روان‌شناسی محیطی: از دیدگاه روان‌شناسی محیطی انسان‌ها به تجربه حسی، عاطفی و معنوی خاص نسبت به محیط زندگی نیاز دارند. این نیازها از طریق تعامل صمیمی و نوعی هم‌ذات‌پنداری با مکانی که در آن سکونت دارند، تحقق‌یافتنی است. این تعامل صمیمی و هم‌ذات‌پنداری، روح یا حس مکان نامیده می‌شود. از نظر روانی حس مکان کاتالیزوری است که باعث تبدیل شدن یک محیط به یک مکان می‌شود. روند تجربه عمیق مکان نه به‌عنوان یک شیء، بلکه به‌عنوان ارگانیسم زنده است که بعد از انطباق‌های متقابل پی‌درپی محقق می‌شود؛ ازاین‌رو روابط بین افراد و مکان‌ها نیازمند ثباتی خاص است. محیط، این ویژگی‌ها را از طریق ترکیب نظم طبیعی و بشری کسب می‌کند (فلاحت، ۱۳۸۵، ص. ۶۰).

1. Norberg Schuls
2. Seamon

مهم‌ترین معنای حس مکان در دیدگاه روان‌شناسی محیطی، در تجربه رابطه نمادین فرد، گروه و مکان نهفته است که می‌تواند ضمن فرهنگی بودن از دیگر منابع اجتماعی، سیاسی، تاریخی و فرهنگی نیز معنا گرفته و تقویت شود.

۵. یافته‌های تحقیق

تحلیل داده‌های حاصل از پرسش‌نامه بیانگر این است که زنان حدود ۳۷ درصد و مردان ۶۳ درصد از پاسخ‌گویان را تشکیل دادند و میانگین سنی آن‌ها ۳۱ سال بود که از میان آن‌ها ۱۳ درصد تحصیلات ابتدایی و سیکل، ۵۳,۱ درصد دیپلم و کاردانی، ۲٤,۸ درصد کارشناسی و ٦,۲ درصد کارشناسی‌ارشد و ۲,۸ درصد دکتری و بیشتر داشتند. میانگین توزیع پاسخگویان به لحاظ تجربه سکونت در شهر مشهد ۲٦ سال و سابقه سکونت در منطقه ۲ شهرداری مشهد ۱٤ سال بود (جدول ۲).

جدول ۲. وضعیت تحصیلات پاسخ‌گویان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

سطح تحصیلات	درصد	فراوانی
ابتدایی و سیکل	۱۳	٤۲
دیپلم و کاردانی	۵۳/۱	۱۷۱
کارشناسی	۲٤/۸	۸۰
کارشناسی‌ارشد	٦/۲	۲۰
دکتری و بیشتر	۲/۸	۹

وضعیت شغلی پاسخ‌گویان به این صورت بود که ٦,۵ درصد کارمندان بخش دولتی، ۱۱,۵ درصد کارمندان بخش خصوصی، ٥٤,۳ درصد دارای شغل آزاد، ۹,٦ درصد زنان خانه‌دار، ۷,۸ درصد محصل و ۱۰,۲ درصد بیکاران جویای کار بودند.

جدول ۳. وضعیت شغلی پاسخ‌گویان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

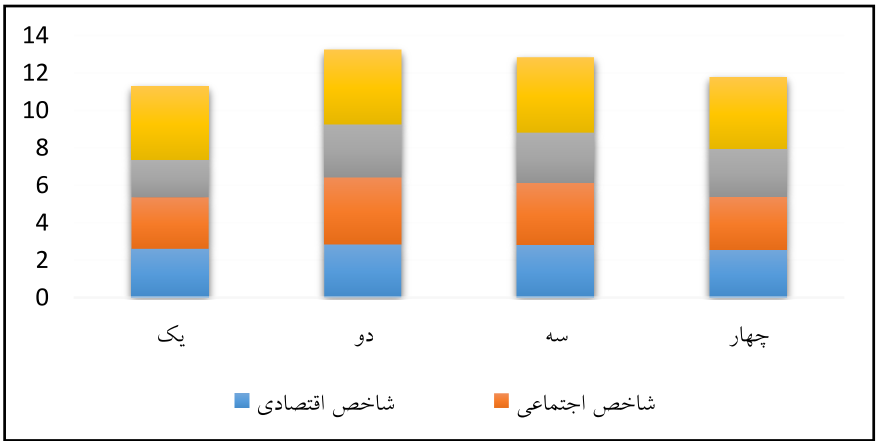
وضعیت شغلی	درصد	فراوانی
کارمند بخش دولتی	٦/٥	۲۱
کارمند بخش خصوصی	۱۱/٥	۳۷
آزاد	٥٤/۳	۱۷٥
خانه‌دار	۹/٦	۳۱
محصل و دانشجو	۷/۸	۲٥
بیکار و جویای کار	۱۰/۲	۳۳

در گام بعدی به محاسبه میانگین شاخص‌ها از دیدگاه جامعه نمونه به تفکیک مناطق چهارگانه منطقه ۲ شهرداری شهر مشهد اقدام شد. نتایج حاکی از حد متوسط به سمت پایین میانگین‌ها در منطقه ۲ شهر مشهد در قریب به اتفاق شاخص و مؤلفه‌های بررسی‌شده است (جدول ٤) که این امر بر چالش بی‌توجهی به موضوع حس مکان در برنامه‌ریزی و توسعه فضای شهری تأکید دارد؛ به‌گونه‌ای‌که از میان ابعاد بررسی‌شده، شاخص زیست‌محیطی با میانگین ۳,٤۳ بیشترین و سلامتی با میانگین ۲,۲٦ کمترین میزان میانگین را در میان مؤلفه‌ها داشتند (شکل ۲). علاوه بر این در شاخص‌های بررسی‌شده، ناحیه ۲ با میانگین ۳,۰۰ بیشترین حس تعلق به مکان و ناحیه ٤ با میانگین ۲,۷۷ کمترین حس تعلق به مکان را داشتند.

جدول ٤. میانگین شاخص‌های به‌کاررفته در تحقیق

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

ناحیه	شاخص اقتصادی	شاخص اجتماعی	شاخص سلامتی	شاخص زیست‌محیطی	میانگین
۱	۳,۲٥	۲,٤۸	۲,۳٥	۳,٥۰	۲,۸۹
۲	۳,٤٦	۲,۸۱	۲,٤	۳,۳٥	۳,۰۰
۳	۳,۲٦	۲,۷۸	۲,٤٤	۳,۳٤	۲,۹٥
٤	۳,۳۸	۲,۳٤	۱,۸۷	۳,٥۲	۲,۷۷
میانگین	۳,۳۳	۲,٦۰	۲,۲٦	۳,٤۳	



شکل ۲. میانگین شاخص‌های تحقیق

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

۵. ۱. توصیف گویه‌های شاخص اقتصادی مؤلفه حس مکان در نواحی چهارگانه

شاخص اقتصادی در حس مکان به سه زیرشاخص کاهش حجم سفرهای درون شهری، کاهش وابستگی به اتومبیل و متعادل سازی قیمت مسکن تقسیم شده است. در زیرشاخص‌های این شاخص، بهترین وضعیت را شاخص متعادل‌سازی قیمت مسکن با میانگین ۳/۰٦ دارد و در بین نواحی به‌ترتیب ناحیه ۳ با میانگین ۳/۳۵، ناحیه ۲ با میانگین ۳/۲۰، ناحیه ۱ با میانگین ۲/۹۹ و ناحیه ٤ با میانگین ۲/۷۳ در زیرشاخص متعادل‌سازی قیمت مسکن، بهترین شرایط را دارند. در ادامه به بررسی هریک از این زیرشاخص‌ها می‌پردازیم.

جدول ۵. توصیف گویه زیرشاخص کاهش حجم سفرهای درون‌شهری

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
ناحیه ۱	۸٦	۳۹	۳۲	۳٤	۱۹	۲/۰۷
ناحیه ۲	۵	۳	۵	٤	۳	۲/۸۵
ناحیه ۳	۲۳	۱۹	۱۹	۱۷	۹	۲/۵۸
ناحیه ٤	۲۷	۲٤	۱۷	۱٦	۸	۲/٤۰

جدول ٦. توصیف گویه زیرشاخص کاهش وابستگی به اتومبیل

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
ناحیه ۱	٤٦	۳۸	٥٥	۳۸	۲۹	۲/۷۷
ناحیه ۲	٦	٤	٦	۳	۱	۲/٤٥
ناحیه ۳	۲۱	۱۹	۲۷	۱۷	٤	۲/٥۱
ناحیه ٤	۲٦	۱٦	۲٤	۱۹	۹	۲/٦۱

جدول ۷. توصیف گویه زیرشاخص متعادل‌سازی قیمت مسکن

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
ناحیه ۱	٤۹	۳۳	٤۳	۳٥	٤۷	۲/۹۹
ناحیه ۲	٤	۲	٦	۲	٦	۳/۲۰
ناحیه ۳	۱۲	۱٤	۲۱	۱۷	۲۳	۳/۳٥
ناحیه ٤	۳۲	۱۳	۱٤	۱۰	۲۳	۲/۷۳

٥. ۲. توصیف گویه‌های شاخص اجتماعی مؤلفه اختلاط حس مکان در نواحی چهارگانه

شاخص اجتماعی در حس مکان به سه زیرشاخص افزایش مشارکت شهروندان، بهره‌وری محلات و سرزندگی محلات شهری تقسیم شده است. در زیرشاخص‌های این شاخص بهترین وضعیت را زیرشاخص بهره‌وری محلات با میانگین ۳/٤۲ دارد و در بین نواحی به‌ترتیب ناحیه ۲ با میانگین ۳/۹٥، ناحیه ۳ با میانگین ۳/٥۸ در زیرشاخص بهره‌وری محلات، ناحیه ۱ در زیرشاخص افزایش مشارکت شهروندان با میانگین ۳/۲۹ و ناحیه ٤ در زیرشاخص بهره‌وری محلات با میانگین ۳/۲٦، بهترین شرایط را دارند. در ادامه به بررسی هریک از این زیرشاخص‌ها می‌پردازیم.

جدول ۸. توصیف گویه زیرشاخص افزایش مشارکت شهروندان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
ناحیه ۱	۲۷	۲۷	۷۳	٤۲	٤۱	۳/۲۹
ناحیه ۲	۱	۱	٤	۸	٦	۳/۸۵
ناحیه ۳	۷	۷	۲۸	۲۷	۱۷	۳/٥٦
ناحیه ٤	۱۷	۱۷	۲۸	۱٥	۱۷	۲/۹۷

جدول ۹. توصیف گویه زیرشاخص بهره‌وری محلات

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
ناحیه ۱	٤۷	٤۷	۳٤	۳۹	٤۳	۲/۸۹
ناحیه ۲	٤	۰	۱	۳	۱۲	۳/۹٥
ناحیه ۳	۱۳	۹	۱٥	۲۳	۲۷	۳/٥۸
ناحیه ٤	۱٦	۱۳	۲٥	۲۲	۲۰	۳/۲٦

جدول ۱۰. توصیف گویه زیرشاخص سرزندگی محلات شهری

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
ناحیه ۱	۸٥	۳٥	۳۹	۲۷	۱۹	۲/۰۳
ناحیه ۲	٦	۲	۳	٤	٥	۳/۰۰
ناحیه ۳	۲٥	۱٥	۱۸	۱۰	۱٥	۲/٦۳
ناحیه ٤	٤۳	۱٤	۱۳	۱۲	۱۰	۲/۱۲

٥. ۳. توصیف گویه‌های شاخص سلامتی مؤلفه اختلاط کاربری در نواحی چهارگانه

شاخص سلامتی در حس مکان دارای زیرشاخص تشویق به پیاده‌روی است. میزان میانگین این شاخص برابر با ۲/٥۱ است. در بین نواحی این منطقه بهترین ناحیه در این شاخص، ناحیه ۲ است.

جدول ۱۱. توصیف گویه زیرشاخص تشویق به پیاده‌روی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
ناحیه ۱	۷۳	٥۱	٤۹	۱٥	۱۸	۲/۰۰
ناحیه ۲	٥	۲	٥	۳	۳	۲/۸۳
ناحیه ۳	۲۱	۱۷	۲۳	۱۳	۱۲	۲/٦۹
ناحیه ٤	۲۳	۲۱	۲۷	۱۰	۱۱	۲/٥٥

٥. ٤. توصیف گویه‌های شاخص زیست‌محیطی مؤلفه اختلاط کاربری در نواحی چهارگانه

شاخص زیست‌محیطی در حس مکان با سه شاخص کاهش آلودگی هوا، کاهش آلودگی صوتی و افزایش فضای سبز تقسیم می‌شود. در زیرشاخص‌های این شاخص، بهترین وضعیت را شاخص آلودگی صوتی با میانگین ٤/۰۳ دارد و در بین نواحی به‌ترتیب ناحیه ۳ در زیرشاخص آلودگی صوتی با میانگین ٤/۲۱، ناحیه ٤ در زیرشاخص آلودگی هوا با میانگین ٤/۱۸، ناحیه ۲ در زیرشاخص آلودگی صوتی با میانگین ٤/۱٥ و ناحیه ۱ در زیرشاخص آلودگی هوا با میانگین ٤/۰۹، بهترین شرایط را دارند. در ادامه به بررسی هریک از این زیرشاخص‌ها می‌پردازیم.

جدول ۱۲. توصیف گویه زیرشاخص آلودگی هوا

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
ناحیه ۱	۲۰	۱٥	٤٥	٤۱	۸۹	٤/۰۹
ناحیه ۲	۳	۳	۱	۲	۱۱	۳/۷٥
ناحیه ۳	۹	۹	۱۲	۱۳	٤٤	٤/۰۳
ناحیه ٤	۸	۷	۷	۲٥	٤٤	٤/۱۸

جدول ۱۳. توصیف گویه زیرشاخص آلودگی صوتی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
ناحیه ۱	۲٤	۱۹	۳۱	۵۵	۸۱	٤/۰۰
ناحیه ۲	۰	۵	۰	۲	۱۳	٤/۱۵
ناحیه ۳	٦	۱۲	۷	۱٤	٤۹	٤/۲۱
ناحیه ٤	۹	۱۳	۲٤	۳۲	۲۸	۳/۷۸

جدول ۱٤. توصیف گویه زیرشاخص افزایش فضای سبز

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
ناحیه ۱	۲۵	۲٦	۵۲	۳۰	۷۷	۳/۷۲
ناحیه ۲	٤	۰	۱	۵	۱۰	۳/۸۵
ناحیه ۳	۱٤	۷	۱۰	۱۹	۳۸	۳/۸۲
ناحیه ٤	۱۳	٦	۲۵	۱۸	۳۰	۳/٦۰

الف. آزمون تفاوت معناداری بین ابعاد چهارگانه شاخص‌های حس مکان

پس از استخراج یافته‌های توصیفی، در گام نخست به محاسبه آزمون تفاوت معناداری برای ابعاد استخراج و تعیین‌شده از شاخص‌های یک شهر با حس مکان مناسب براساس داده‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسش‌نامه، اقدام شد. برای این منظور از آزمون تی تک‌نمونه‌ای بهره گرفته شد که نتایج آزمون بیانگر وجود تفاوت معنادار بین چهار شاخص اقتصادی، اجتماعی، سلامتی و زیست‌محیطی از دیدگاه پاسخگویان است. از سویی نتایج نشان می‌دهد که بعد چهارم یعنی شاخص زیست‌محیطی در مقایسه با سه بعد دیگر از میانگین بیشتری برخوردار است (جداول ۱۵ و ۱٦).

جدول ۱۵. آماره آزمون تی تک‌نمونه‌ای

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

	حجم جامعه آماری	میانگین	انحراف از معیار	انحراف از میانگین
شاخص اقتصادی	۳۷۷	۲,٦۵	۰,۷۵	۰,۰٤
شاخص اجتماعی	۳۸۱	۲,۹۳	۱,۰٦	۰,۰٦
شاخص سلامتی	۳۸۲	۲,۳۳	۱,۲٤	۰,۰۷
شاخص زیست‌محیطی	۳۹۱	۳,۹۳	۱,۰۰	۰,۰۵

جدول ۱٦. نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

	مقدار آزمون= ۳					
	۹۵ درصد ضریب فاصله از تفاوت					
	T	درجه آزادی	Sig	تفاوت میانگین‌ها	حد پایینی	حد بالایی
شاخص اقتصادی	-۷,۹۳	۳۷٦	۰۰۰	-۰,۳٤	-۰,٤۲	-۰,۲۵
شاخص اجتماعی	-۱,۰۲	۳۸۰	۰,۰۳	-۰,۰٦	-۰,۱۸	-۰,۰۵
شاخص سلامتی	-۹,۳۸	۳۸۱	۰۰۰	-۰,٦٦	-۰,۷۹	-۰,۵۲
شاخص زیست‌محیطی	۱٦,۵۸	۳۹۰	.۰۰۰	۰,۹۳	۰,۸۲	۱,۰٤

بر این اساس می‌توان نتایج آزمون تفاوت معناداری را به‌گونه‌ای مؤید فرضیه مطرح‌شده بر متوسط بودن حس مکان در منطقه ۲ شهرداری مشهد و به‌تبع آن مناسب بودن از دیدگاه جامعه آماری ارزیابی کرد.

ب. آزمون رگرسیون خطی چندمتغیره

در گام بعد به محاسبه و سنجش اثرگذاری هریک از مؤلفه‌های بررسی‌شده بر میزان حس مکان ارائه‌شده در نواحی مختلف منطقه ۲ شهرداری شهر مشهد اقدام شد. برای این منظور از آزمون رگرسیون خطی چندمتغیره استفاده شد که ضمن وجود همبستگی قوی با مقدار ضریب همبستگی (R) ۱,۰۰۰، نتایج بیانگر این بود که حدود ۱۰۰ درصد از شاخص‌های حس مکان در

این تحقیق تبیین‌شدنی بوده است. همچنین میزان sig به‌دست‌آمده که کمتر ۰,۰۵ است، بیانگر این است که شاخص‌های چهارگانه ارزیابی‌شده در مسئله به خوبی متغیر حس مکان را پوشش داده است. یافته‌های آزمون رگرسیون چندمتغیره خطی بیانگر این است که از میان شاخص‌های تبیین‌کننده میزان حس مکان، چهار شاخص اقتصادی، اجتماعی، سلامتی و زیست‌محیطی به دلیل اینکه سطح خطای مقدار t آن‌ها کمتر از ۰,۰۵ است، تأثیر زیادی بر حس مکان داشته است (جدول ۱۷).

جدول ۱۷. نتایج میزان تبیین‌کنندگی شاخص‌ها در آزمون رگرسیون

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

	ضریب همبستگی (R)	سطح خطای شاخص اقتصادی	سطح خطای شاخص اجتماعی	سطح خطای شاخص سلامتی	سطح خطای شاخص زیست‌محیطی
میزان	۱,۰۰۰	.۰	.۰	.۰	.۰

ج. تکنیک دیمتل

اولین بار در سال ۱۹۷۶ دو پژوهشگر به نام‌های فونتلا و گابوس روش دیمتل را ارائه کردند. این تکنیک براساس مقایسه‌های زوجی و از ابزارهای تصمیم‌گیری بر مبنای تئوری گراف است. این روش ممکن است تأییدکنندۀ روابط میان متغیرها یا محدودکنندۀ روابط در روند توسعه‌ای و نظام‌مند باشد. مهم‌ترین شاخصۀ روش دیمتل، تصمیم‌گیری چندمعیاره و عملکرد آن در ایجاد روابط و ساختار بین عوامل است. این تکنیک علاوه بر تبدیل روابط علت و معلولی به یک مدل ساختاری–بصری، قادر است وابستگی‌های درونی بین عوامل را نیز شناسایی و آن‌ها را فهم‌پذیر کند (یادگاری و تارخ، ۱۳۹۶).

مرحله ۱. جمع‌آوری نظرهای پاسخ‌گویان و محاسبه میانگین ماتریس Z : در این گام تأثیرگذاری معیارها دو به دو بر هم بررسی می‌شود. زمانی که از دیدگاه چند نفر استفاده می‌شود، میانگین حسابی نظرات به کار می‌رود و Z تشکیل می‌شود. برای بررسی تأثیرگذاری معیارها بر هم از طیف کلامی جدول زیر استفاده می‌شود:

عبارت کلامی، عدد متناظر

بدون تأثیر = ۰؛

تأثیرگذاری خیلی کم = ۱؛

تأثیرگذاری کم = ۲؛

تأثیرگذاری زیاد = ۳؛

تأثیرگذاری خیلی زیاد = ٤.

مرحله ۲. محاسبه اولیه و نرمالیته کردن ماتریس D: برای نرمال‌کردن از رابطه N= Z*K استفاده می‌شود که در این فرمول K به این صورت محاسبه می شود: ابتدا جمع تمامی سطرها و ستون ها محاسبه می‌شود. معکوس بزرگ‌ترین عدد سطر و ستون K را تشکیل می‌دهد.

$$K = \frac{۱}{\text{MAX} \sum_{j}^{n} = ۱\ aij}$$

مرحلهٔ ۳. استخراج ماتریس رابطهٔ کل T : ماتریس ارتباطات کل از رابطه T=N×(I-N)-۱ محاسبه می‌شود. در این رابطه I ماتریس یک است.

مرحلهٔ ٤: محاسبه مجموع از سطر و ستون از ماتریس T : در این بخش جمع عناصر سطر و ستون ماتریس ارتباط کامل (T) را محاسبه کرده و به صورت زیر تحلیل می‌کنیم:

جمع عناصر هر سطر (D) برای هر عامل نشانگر میزان تاثیرگذاری آن عامل بر سایر عامل‌های سیستم است (میزان تأثیرگذاری متغیرها). هر چه میزان این متغیر بیشتر باشد، یعنی آن عامل تأثیر بیشتری دارد.

جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل نشانگر میزان تأثیرپذیری آن عامل از سایر عامل‌های سیستم است (میزان تأثیرپذیری متغیرها).

مرحلهٔ ۵. تنظیم مقدار آستانه (α): در آن بردار افقی (D + R) میزان تأثیر و تأثر عامل مدنظر در سیستم است؛ به عبارت دیگر هرچه مقدار D + R عاملی بیشتر باشد، آن عامل تعامل بیشتری با سایر عوامل سیستم دارد.

بردار عمودی (D – R) قدرت تأثیرگذاری هر عامل را نشان می‌دهد. به‌طورکلی اگر D – R مثبت باشد، متغیر یک متغیر علت محسوب می‌شود و اگر منفی باشد، معلول محسوب می‌شود..

مرحلهٔ ٦. ساخت یک نمودار رابطهٔ علت و معلول: درنهایت یک دستگاه مختصات دکارتی ترسیم می‌شود. در این دستگاه محور طولی مقادیر D + R و محور عرضی براساس D-R است. موقعیت هر عامل با نقطه‌ای به مختصات (D + R, D – R) در دستگاه معین می‌شود. به این ترتیب یک نمودار گرافیکی نیز به دست خواهد آمد (دچارات سامریت[1]، ۲۰۱۳، ص. ۱۲).

جدول ۱۸. محاسبه اولیه ماتریس D

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ١٤٠٠

شاخص‌ها	اقتصادی	اجتماعی	سلامتی	زیست‌محیطی	مجموع
اقتصادی	٠	١,٩	١,٤	١,٢	٤,٥٠٠
اجتماعی	٣,٣	٠	٢	١,٥	٦,٨٠٠
سلامتی	٤	٣,٤	٠	١,٧	٩,١٠٠
زیست‌محیطی	٣,٨	٢,٦	١,٥	٠	٧,٩٠٠
مجموع	١١,١٠٠	٧,٩٠٠	٤,٩٠٠	٤,٤٠٠	

Max= ۱۱/۱

جدول ۱۹. نرمال‌سازی شاخص‌های حس مکان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ١٤٠٠

شاخص‌ها	اقتصادی	اجتماعی	سلامتی	زیست‌محیطی
اقتصادی	٠,٠٠٠	٠,١٧١	٠,١٢٦	٠,١٠٨
اجتماعی	٠,٢٩٧	٠,٠٠٠	٠,١٨٠	٠,١٣٥
سلامتی	٠,٣٦٠	٠,٣٠٦	٠,٠٠٠	٠,١٥٣
زیست‌محیطی	٠,٣٤٢	٠,٢٣٤	٠,١٣٥	٠,٠٠٠

1. Detcharat Sumrit

جدول ۲۰. استخراج ماتریس رابطهٔ کل T

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

	اقتصادی	اجتماعی	سلامتی	زیست‌محیطی
اقتصادی	۱	−۰,۱۷۱۱۷	−۰,۱۲٦۱۳	−۰,۱۰۸۱۱
اجتماعی	−۰,۲۹۷۳	۱	−۰,۱۸۰۱۸	−۰,۱۳۵۱٤
سلامتی	−۰,۳٦۰۳٦	−۰,۳۰٦۳۱	۱	−۰,۱۵۳۱۵
زیست‌محیطی	−۰,۳٤۲۳٤	−۰,۲۳٤۲۳	−۰,۱۳۵۱٤	۱

جدول ۲۱. تعیین میزان اثرگذاری و اثرپذیری شاخص‌ها

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

شاخص‌ها	اقتصادی	اجتماعی	سلامتی	زیست‌محیطی
اقتصادی	۰,۲۷۱	۰,۳٤۷	۰,۲۵۳	۰,۲۲۳
اجتماعی	۰,٦۰٤	۰,۲۷۷	۰,۳٤٦	۰,۲۹۱
سلامتی	۰,۷٤۷	۰,۵۹۳	۰,۲٤۹	۰,۳۵۲
زیست‌محیطی	۰,٦۷۷	۰,٤۹۸	۰,۳۳٦	۰,۱۹۲

مقدار آستانه(α)= ۰,۳۹۱

جدول ۲۲. تعیین میزان اثرگذاری و اثرپذیری شاخص‌ها

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

تأثیرات	D	R	d+r	d-r	نوع معیار
A	۱,۰۹٤	۲,۲۹۹	۳,۳۹۳	−۱,۲۰۵	معلول
B	۱,۵۱۸	۱,۷۱۵	۳,۲۳۳	−۰,۱۹۸	معلول
C	۱,۹٤۰	۱,۱۸۳	۳,۱۲۳	۰,۷۵٦	علت
D	۱,۷۰٤	۱,۰۵۸	۲,۷٦۲	۰,٦٤٦	علت



شکل ۳. رابطهٔ علت و معلول

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱٤۰۰

با توجه به تکنیک دیمتل و شکل ۳، شاخص سلامتی با میزان اثرگذاری ۰,۷٥٦ و شاخص زیست‌محیطی با میزان ۰,٦٤٦، تأثیرگذارترین شاخص‌های تحقیق برای حس مکان در منطقه ۲ شهرداری مشهد بودند. در رتبه‌های بعدی شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی قرار گرفتند. این رتبه بندی توسط آزمون دیمتل انجام گرفته است و نیازمند برنامه‌ریزی دقیق با استفاده از الویت‌بندی انجام‌شده است که خود نیازمند انجام تحقیقی جامع در آینده است.

٦. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به آثار زیان‌بار پراکندگی در سال‌های اخیر برای شهرها، شاهد شکل‌گیری جنبش‌ها و مکاتبی برای فشرده‌سازی شهرها هستیم. در رأس این جریان‌ها، نوشهرگرایی با اصول دهگانه خود واقع است. در بین اصول دهگانه نوشهرگرایی، حس مکان به‌عنوان عاملی هویت بخش و بهبوددهنده حس تعلق به محیط واقع است. در تحقیق حاضر شاخص‌های بررسی‌شده برای بررسی حس مکان در منطقه ۲ شهرداری مشهد در نظر گرفته شد. این منطقه بخش زیادی از وسعت و جمعیت کلان‌شهر مشهد به‌عنوان دومین شهر بزرگ کشور را دارد.

نتایج تحقیق حاضر حاکی از وضعیت متوسط حس مکان در بین نـواحی چهارگانـه منطقـه ۲ شهرداری مشهد است. در بین نواحی منطقه ۲، ناحیه دو بهترین شرایط و ناحیه چهار کمتـرین میزان میانگین مربوط به حس مکان را دارند. علاوه بر این، نتایج آزمون تـی، فرضـیه تحقیـق مبنی بر متوسط بودن حس مکان در منطقه را تأیید کرده و آزمـون رگرسـیون خطـی، ارتبـاط هریک از شاخص‌ها برای حـس مکـان را تأییـد کـرده اسـت. درنهایـت، تکنیـک دیمتـل بـه الویت‌بندی و اهمیت شاخص‌هـا می‌پـردازد و نشـان مـی‌دهـد کـه شـاخص‌هـای سـلامتی و زیست‌محیطی دارای بیشترین اهمیت برای تقویت حس مکان در منطقـه ۲ شـهرداری مشـهد هستند.

در راستای نتایج این پژوهش، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌شود:

- در رابطه با شرایط شاخص سلامتی حس مکان، برای بهبود پیاده‌راه‌ها و شرایط پارک-ها از نظر نیمکت‌ها، وسایل ورزشی و روشنایی برنامه‌های مناسبی اجرا شود و تـأمین نیازهای روزانه در نزدیک محل سکونت شهروندان امکان‌پذیر باشد؛
- برای بهبود شرایط زیست‌محیطی، بهترین راه فرهنـگ‌سـازی و اسـتفاده از مشـارکت شهروندان با توجه به تمایل آن‌ها برای کاشت درخت و... است؛
- برای بهبود شرایط اجتماعی حس مکان، پیشـنهاد می‌شـود شـرایطی فـراهم شـود تـا ارتباط مناسب‌تری بین مردم با یکدیگر و مردم با مسئولان برای برنامه‌ریزی‌ها برقـرار شود؛
- برای شاخص اقتصادی حس مکان، مسکن متناسب با اقشـار مختلـف بـا درآمـدهای مختلف در نظر گرفته شود.

کتابنامه

۱. احمدی، ف.، آقالطیفی، آ.، و افشار، ع. (۱۳۹۳). عوامل تأثیرگذار بر حس تعلق در فرایند بازآفرینی در بافت مسکونی اطراف حرم حضرت امام رضا (ع)، محلهٔ نوغانو *نشـریه شهرسـازی و معمـاری هفت شهر*، ٤(٤٧ و ٤٨)، ٨٤-٧٠.

۲. اصغرزاده‌یزدی، س. (۱۳۸۹). اصول پیشنهادی نوشهرگرایی در برنامه‌ریزی محله‌های شهری. *فصلنامه مسکن، محیط و روستا*، ۲۹ (۱۳۰)، ۶۳-۵۰.

۳. انجمن بین المللی مدیریت شهری/روستایی و شبکه رشد هوشمند شهری آمریکا. (۱۳۹٦). *دستیابی به رشد هوشمند شهری: ۱۰۰ سیاست کاربردی* (جلد اول، چاپ اول) (س. زنگنه شهرکی، مترجم). مشهد: انتشارات پاپلی، جلد اول؛ چاپ اول.

٤. پرتوی، پ. (۱۳۸۲). مکان و بی مکانی رویکردی پدیدارشناسانه. *نشریه هنرهای زیبا*، (١٤)، ۵۰-٤۰.

۵. پورتال جامع شهرداری منطقه دو مشهد. (۱۳۹۵). بازیابی از https://www.mashhad.ir/

٦. پورموسوی، ن.، جمشیدی شیخ آبادی، آ.، و لرزنگنه، م. (١٤٠٢). کاربست اصول نوشهرگرایی و حس مکان در بازآفرینی محله‌ی آبشوران کرمانشاه. *فصلنامه علمی مطالعات ساختار و کارکرد شهری*، ۱۰ (۳٤)، ۲۱۵-۱۷۹.

۷. حاتمی‌نژاد، ح.، ضرغام فرد، م.، خادمی، ا. ح.، و میرسیدی عنبران، س.م. (۱۳۹٦). *سیاست‌های فضایی در برنامه‌ریزی شهری (با تأکید بر توسعه میان‌افزا و رشد هوشمند). مشهد:* انتشارات پاپلی.

۸. حبیبی، ر.س. (۱۳۸۷). تصورات ذهنی و حس مکان. *نشریه هنرهای زیبا*، (۳۵)، ۵۰-۳۹.

۹. دیناری، ا. (۱۳۸۹). *گردشگری شهری در ایران و جهان*. تهران: نشر واژگان خرد.

۱۰. ریخته‌گران، م. ر. (۱۳۸۱). *پدیدارشناسی و فلسفه اگزیستانس به انضمام شرح رساله‌ای از مارتین هیدگر*. تهران: انتشارات موسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی بقعه.

۱۱. سلیمانی مقدم، ه.، زندی، ر.، و اکبری، ا. (١٤٠٠). پهنه بندی و تحلیل فضایی فقر شهری با استفاده از تحلیل های مکانی(مورد مطالعه شهر مشهد). *تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۲۱ (٦۰)، ۵۱۵-۵۳٤.

۱۲. سیدبرنجی، س. ک. (۱۳۹۵). *تأثیر نظریه نوشهرگرایی بر بازآفرینی و احیاء فضاهای شهری*. مقاله ارائه شده در چهارمین کنگره بین المللی عمران، معماری و توسعه شهری، تهران.

۱۳. سیف‌الدینی، ف.، و شورچه، م. (۱۳۹۳). *برنامه‌ریزی هوشمندانه کاربری زمین و حمل‌ونقل شهری(نگاهی دیالکتیکی و یکپارچه به فضای شهر*، تهران: انتشارات مدیران امروز.

١٤. صرافی، م. (۱۳۷۹)، شهر پایدار چیست؟ *فصلنامه مدیریت شهری*، ۱ (٤)، ۱۵-۷.

۱۵. ضرابیان، ف.، و منعام، م. (۱۳۸۷). بررسی میزان و عوامل تأثیرگذار بر حس مکان، *ماهنامهٔ شهرداری‌ها*، ۹ (۸۹)، ۲۸-۲۳.

۱۶. علیمردانی، م.، محمدی، م.، و زیبایی فریمانی، ن. (۱۳۹۶). بررسی رابطه حس دلبستگی به مکان و پیاده‌روی به منظور بهبود سطح سلامت در محله، نمونه موردی: محله مطهری شهر مشهد. *فصلنامه معماری و شهرسازی آرمان‌شهر، ۱۰*(۲۱)، ۲۰۴-۱۹۳.

۱۷. فلاحت، م. ص. (۱۳۸۵). مفهوم حس مکان و عوامل تشکیل‌دهنده آن. *نشریه هنرهای زیبا*، (۲۶)، ۶۶-۵۷.

۱۸. فلاحت، م. ص.، کمالی، ل.، و شهیدی، ص. (۱۳۹۶). نقش مفهوم حس مکان در ارتقای کیفیت حفاظت معماری. *نشریه باغ نظر، ۱۴*(۴۶)، ۲۲-۱۵.

۱۹. قربانی، ر.، و ترکمن‌نیا، ن. (۱۳۹۴). بررسی تطبیقی نقش کاربری ترکیبی بر تولید سفر در محلات شهری (محلّهٔ چهنو و کارمندان منطقهٔ ۶ مشهد). *مجلّهٔ جغرافیا و توسعه فضای شهری، ۱*(۲)، ۹۲-۸۱.

۲۰. کلانتری، م.، صدیف اسلامی، ب.، مشکینی، ا.، و پیری، ع. (۱۴۰۱). نوشهرگرایی و حس مکان: مطالعه موردی محله هفت‌حوض شهر تهران. *پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، ۳(۵۴)، ۸۱۴-۸۰۱.

۲۱. مرکز آمار ایران. (۱۳۹۵). *سرشماری عمومی نفوس و مسکن*. بازیابی از https://www.amar.org.ir-

۲۲. مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر مشهد. (۱۳۸۹). *آشنایی با مدیریت شهری (تجارب جهانی)*. مشهد: انتشارات امید مهر.

۲۳. معاونت برنامه‌ریزی و توسعه شهرداری مشهد. (۱۳۹۲). *مدیریت آمار و تحلیل اطلاعات*. بازیابی از https://planning.mashhad.ir/

۲۴. یادگاری، م.، و تارخ، م. ج. (۱۳۹۶). استفاده از تکنیک دیمتل فازی برای رتبه‌بندی راهبردهای مدیریت دانش. *فصلنامهٔ علمی-پژوهشی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران*، ۳۲(۸۹)، ۷۸۸-۷۶۱.

25. Calthorpe, P. (1993). *The Next American Metropolis: Ecology, Community, and the American Dream*. New York: Princeton Architectural Press.

26. Canter, D. (1971). *The Psychology of place*, London: The architectural press.

27. Dobbins, M. (2009), *Urban Design and People*. New Jersey: Published by John Wiley & Sons, Inc.

28. Don, A., & Bronwyn, W. (2020). The intersection and divergence new urbanism and environmental psychology: An Exploration. A *Section of the Journal Frontier's in Built Environment*, 61.

29. Duanny, A., & Plater-Zyberk, E. (2010). *The Neighborhood, The Distric and the corridor*. NewYork: The New Urbanism: Toward an Architecture of Community.
30. Gordon, P. (1989). The Influence of Metropolitan Spatial Structure on Commuting Times. *Urban Ecomomhcs*, 26, 136-149.
31. Gusdorf, F., & Hallegatte, S. (2007). Compact or Spread-out Cities: Urban Planning, Taxation, and the Vulnerability to Transportation Shocks. *Energy Policy*, 35, 4826-4838.
32. Lier, V. (1994). *Land use Planning in Perspective of Sustainability*. Netherlands: Sustaineble Land use Planning.
33. Norberg, S. (1975). *Meaning in western architecture*. New York: Praeger publishers.
34. Pour Ebrahim, N. (2015). Sense of community in new urbanism neighborhoods: A review. *Open House International*, *40*(4), 25-29.
35. Pugh, C. (1995). Urbanization in Developing Countries an Overview of the Economic and Poliocy Issues in the 1990s. *Cities*, *6*(12), 381-398.
36. Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. London: Pion.
37. Seamon, D. (1982). The phenomenological contribution to environmental psycology. *Journal of Environmental Psycology*, *2*, 119-140.
38. Smart Growth Network. (2002). *Smart growth*. Retrieved from www.smart growth. Org/about.
39. Ujang, N., & Khalilah, Z. (2014). The notion of place, place manning and identity in urban regeneration. *Journal Social and Behavioral Sciences*, *170*, 709-717.
40. Www. Itdp.org.